

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

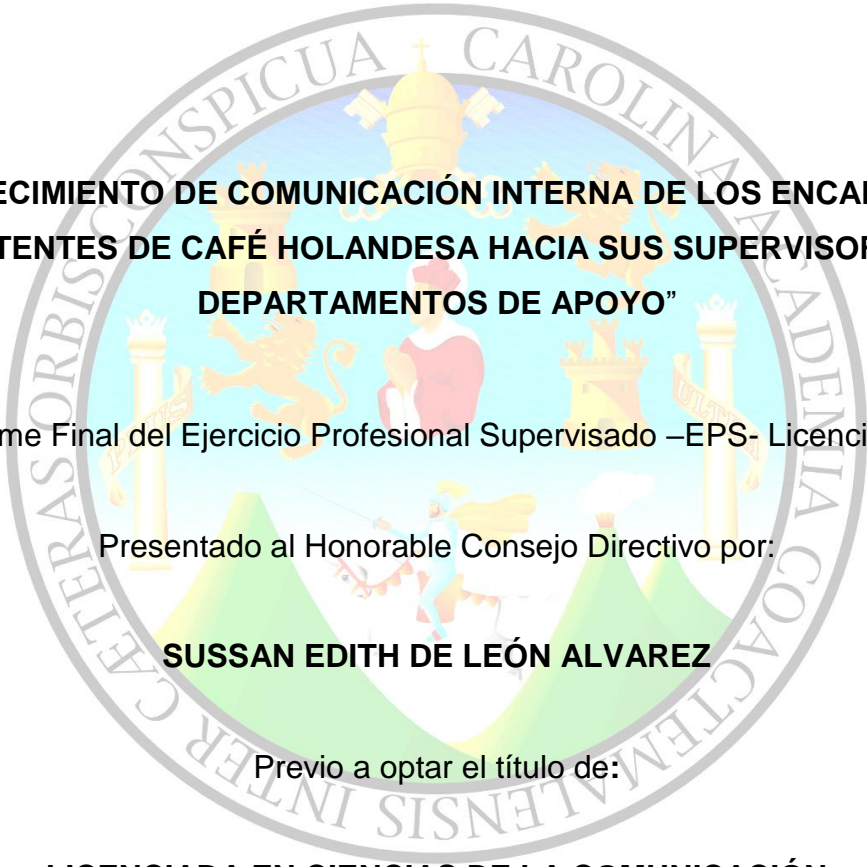
**“FORTALECIMIENTO DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS ENCARGADOS Y
ASISTENTES DE CAFÉ HOLANDESA HACIA SUS SUPERVISORES Y
DEPARTAMENTOS DE APOYO”**

SUSSAN EDITH DE LEÓN ALVAREZ

Licenciada En Ciencias De La Comunicación

Guatemala, Septiembre de 2015

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**“FORTALECIMIENTO DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS ENCARGADOS Y
ASISTENTES DE CAFÉ HOLANDESA HACIA SUS SUPERVISORES Y
DEPARTAMENTOS DE APOYO”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

SUSSAN EDITH DE LEÓN ALVAREZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Septiembre de 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisor de EPS

Lic. Fernando I. Flores Barrios

Guatemala, 2 de **Octubre** de 2015

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Reciba un cordial saludo de Pastelerías Holandesa, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que **SUSSAN EDITH DE LEÓN ALVAREZ**, quién se identifica con DPI **2587-07208-0101** y número de carné **200118394** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, **Café Holandesa** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del **04 de mayo** al **11 de julio** del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto **"Fortalecimiento de comunicación interna de los encargados y asistentes de Café Holandesa hacia sus supervisores y departamentos de apoyo"**, todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por **Café Holandesa**. Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista.

En tal virtud, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA.

Atentamente,

Pastelerías Holandesa

Ing. Luisa Rodríguez

Gerente General

Tel: 22045000/55550727

**Alimentos
Holandesa, S. A**





Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 23 de octubre de 2015


Estudiante
Sussan Edith De León Alvarez
Carné: 200118394
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:


Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "FORTALECIMIENTO DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS ENCARGADOS Y ASISTENTES DE CAFÉ HOLANDESA HACIA SUS SUPERVISORES Y DEPARTAMENTOS DE APOYO".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

"DID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores Barrios
Supervisor de EPS Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Para efectos legales, únicamente el autor es
Responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

A Dios y a la virgen María, que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado. Por la oportunidad de lograr este gran reto en mi vida.

De igual forma les dedico mi EPS a mis padres, María Cristina Alvarez y Wilfrido de León que durante toda mi vida han estado apoyándome en todo momento, y que han sabido formarme con buenos hábitos y valores.

A mis hermanos, Astrid, Sandra, Cesar, Damaris y José David personas con grandes cualidades a seguir y que han sido un gran ejemplo para mi formación profesional. Mis sobrinos Isabel, Dereck y Sebastián que son una muestra de amor puro en mi vida.

A mis amigos que durante todos estos años han estado a mi lado incondicionalmente brindándome su amistad y consejos. En especial a Flor Urizar, Jenny Colindres y Maritza Barrera, que estuvieron apoyándome constantemente en esta etapa y que sin ellos no lo habría logrado.

A Pastelerías Holandesa, por depositar su confianza en mí, para realizar el Ejercicio Profesional Supervisado dentro de sus instalaciones.

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

**A LA UNIVERSIDAD DE SAN
CARLOS DE GUATEMALA
ALA ESCUELA Y LA
ESCUELA**

Por ser mi casa de estudio y formarme académicamente, además abrirme puertas en el mundo profesional.

**A MIS MENTORES
UNIVERSITARIOS**

Por ser un ejemplo en mi vida académica y compartir sus conocimientos.

A MI ASESOR DE EPS

El Licenciado Fernando Flores, por sus conocimientos, sus orientaciones, su persistencia y su motivación.

COMPAÑEROS DE EPS

Lucia Cruz por su dinamismo y compañía en esta etapa y Lorenzo Hernández que durante todo este proceso me apoyo incondicionalmente.

ALIMENTOS QUEDELY

Por darme la oportunidad de realizar mi EPS en la empresa hermana de la Corporación.

INDICE

RESUMEN.....	X
INTRODUCCIÓN	XI
JUSTIFICACIÓN.....	XII
1.- DIAGNOSTICO.....	1
“Diagnóstico de la comunicación interna de los encargados y asistentes de Café Holandesa hacia sus supervisores y departamentos de apoyo	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO:.....	1
1.1.1. OBJETIVO GENERAL:	1
1.1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	1
1.2 LA INSTITUCIÓN “Café Holandesa”	1
1.2.1. Ubicación geográfica:	1
1.2.2 Integración y alianzas estratégicas:.....	2
1.2.3 Antecedentes e Historia:	2
Departamentos o Dependencias.....	4
1.2.5 Misión:.....	6
1.2.6 Visión:.....	6
1.2.7 Objetivos Institucionales:.....	6
1.2.8 Público Objetivo:	6
1.2.9 Organigrama:.....	7
1.3 METODOLOGÍA.....	8
1.3.1 Descripción del Método:.....	8
1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección:	8
1.3.3 Cronograma del Diagnóstico:.....	9
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS:	10
1.4.1. Ficha de las entrevistas:.....	10
1.4.2 Resultado de las entrevistas:.....	11
1.4.3 Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados: 12	
1.4.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas:	13
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA:	18

1.5.1. Fortalezas:	18
1.5.2 Oportunidad	18
1.5.3 Debilidad.....	18
1.5.4 Amenazas	18
CAPITULO II	19
2. PLAN DE COMUNICACIÓN:.....	19
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	19
2.2 . OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	21
2.2.1. Objetivo General:.....	21
2.2.2. Objetivos Específicos:.....	21
2.3 PUBLICO OBJETIVO:	22
2.4 MENSAJE:.....	22
2.5 LA ESTRATEGIA:	22
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN:.....	23
CAPITULO III.....	24
3. INFORME DE EJECUCIÓN	24
3.1. PROYECTO DESARROLLADO:.....	24
3.1.1 Financiamiento	24
3.1.2 Presupuesto.....	25
3.1.3 Beneficiarios:	26
3.1.4 Recurso Humano.....	26
3.1.5 Áreas geográficas de Acción.....	26
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	27
3.2.1. Estrategias desarrolladas:.....	27
3.2.2 Acciones desarrolladas:.....	27
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	33
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO:.....	34
CONCLUSIONES	37
RECOMENDACIONES.....	38
GLOSARIO.....	39

BIBLIOGRAFÍA.....	44
EGRAFÍA.....	44
ANEXOS.....	45

RESUMEN

Nombre de la Institución: Café Holandesa

Nombre del Proyecto: Fortalecimiento de comunicación interna de los encargados y asistentes de Café Holandesa hacia sus supervisores y departamentos de apoyo.

Objetivos del Proyecto:

General: Implementar un plan de comunicación interna, para fortalecer la comunicación entre los departamentos de apoyo de Pastelerías Holandesa. Concretando los canales de comunicación de, Call Center, encargado de bodega, encargado de compras y supervisión de tiendas.

Objetivo Específico

- ✓ Solucionar problema de comunicación entre bodega, encargados de tienda y supervisión.
- ✓ Mejorar el proceso de solicitud de pedidos entre encargados de tienda hacia bodega.
- ✓ Mejorar la preparación de cafés en los puntos de venta de Café Holandesa.

Sinopsis: Se realizó una estrategia de comunicación interna en Café Holandesa para los encargados y asistentes de tienda. Se utilizando los canales ya existentes, logrando una comunicación efectiva. Donde se Implementaron guías de pedidos, hojas de cuadro y una guía de procedimientos para preparar bebidas.

INTRODUCCIÓN

Café Holandesa es una empresa que se dedica a ofrecer una buena taza de café acompañado de una porción de pastel o producto saldo que está bajo la marca de *Pastelerías Holandesa*. Esta empresa cuenta con 11 años en el mercado pero a pesar de eso no tiene una estructura de comunicación interna con sus encargados y asistentes.

Por lo que en el presente documento podrá encontrar un diagnóstico de comunicación. En el que se destaca la importancia que debe tener la comunicación interna entre Encargados y asistentes de Café Holandesa hacia su supervisor y departamentos de apoyo.

En la Investigando realizada se destaca que si existen canales de comunicación, pero no se les da el uso necesario para que la comunicación llegue correctamente a su destino. Por lo que se presentas estrategias de comunicación que se adecuan a cada una de las áreas afectadas, tomando en cuenta que su principal objetivo es el fortalecimiento de comunicación interna entre los departamentos involucrados.

El ejerció profesional supervisado, realizado en esta empresa fue asesorado por profesiones en comunicación para la buena ejecución de las estrategias de comunicación propuestas.

JUSTIFICACIÓN

Con el siguiente trabajo que presentamos, es la última etapa como estudiante de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, presentar un trabajo profesional y dar un aporte a un problema que se detectó por medio de un diagnóstico comunicación dentro de una empresa verídica, dando solución y realizar una ejecución para el mejor desempeño a una problemática detectada.

Con el diagnóstico de investigación realizado en Café Holandesa e identificamos la deficiencia en los canales de comunicación dentro de los departamentos (Logística, Mercadeo, Producción, Distribución), carece de un uso adecuado de la comunicación interna, con lo que pretendemos con este trabajo realizar la propuesta para corregir las deficiencias encontradas.

Será una propuesta que pretendemos ejecutar y llevar a cabo para la mejora de los canales de comunicación y con esto corregir la deficiencia que se pudo diagnosticar dentro de Café Holandesa, se ejecutara por medio de estrategias y acciones comunicacionales.

CAPITULO I

1.- DIAGNOSTICO

“Diagnóstico de la comunicación interna de los encargados y asistentes de Café Holandesa hacia sus supervisores y departamentos de apoyo”

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO:

1.1.1. OBJETIVO GENERAL:

Analizar la comunicación interna que se realiza entre encargados y asistentes de Café Holandesa hacia sus supervisores y departamentos de apoyo.

1.1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Identificar los canales de comunicación que se están utilizando actualmente en Café Holandesa.
- Documentar si los canales de comunicación interna son efectivos.
- Determinar si los encargados de Café holandesa están siendo capacitados para poder entregar productos de calidad.

1.2 LA INSTITUCIÓN “Café Holandesa”

1.2.1. Ubicación geográfica:

- 39 AV 9-60 COLONIA EL RODEO ZONA 7 oficinas centrales pastelerías holandesa

Puntos de Café Holandesa.

- Café Holandesa Walmart Roosevelt, C.C. Hiper Roosevelt. 26-95, Local 3-4, Zona 11 anillo periférico.

- Café Holandesa Montufar, 12 Calle 0-93, Local 06, Zona 9 C.C. Montufar, Guatemala, Guatemala
- Café Holandesa Palín, 1era Ave. 7-62 C.C. Pradera Express Palín, 1er. Nivel Kiosco No. 8 Barrio San Lucas Zona 2
- Café Holandesa Villa Hermosa, 20 Calle 33-62, Villa Hermosa. Guatemala
- Café Holandesa Amatitlán, Carretera CA-9 KM 29-60 CC Flores del Lago, Kiosko del sector A Amatitlán.

1.2.2 Integración y alianzas estratégicas:

- **Pastelerías Holandesa**, es una empresa que se dedica a la venta de pasteles enteros y por porciones.
- **Café Holandesa**, es una empresa que se dedica a la venta de porciones de pastel acompañados de Café.

1.2.3 Antecedentes e Historia:

Al inicio de los años 90 se vivía una revolución en la industria pastelera en Guatemala, en ese entonces Pastelerías Holandesa iniciaba su experiencia en el ámbito de la repostería. Ellos únicamente contaban con un equipo modesto para la preparación de pasteles y no eran expertos en esa gama.

Por lo que buscaron ayuda en un *programa de asesores retirados, auspiciado por los países bajos*. Jaap Kottier, fue el asesor asignado por el programa. El visito las instalaciones y asesoró a la empresa con innovadoras ideas y procedimientos en la elaboración de pasteles.

En noviembre de 1995, dos meses después de la llegada del Asesor Jaap Kottier, se abre la primera pastelería en agradecimiento al programa de apoyo y deciden nombrar como **Holandesa**.

Desde ese año Holandesa, logro alcanzar un liderazgo indiscutible en su nicho de mercado, ofreciendo pasteles de primera calidad en áreas de clase media y populares de Guatemala. Desde el año 2006, cuenta con más de 90 tiendas en diferentes lugares de Guatemala. A través de las cuales se desplazan cerca de 20 millones de porciones de pasteles anualmente y atendiendo a más de un millón de clientes con productos elaborados con ingredientes de primera calidad.

Su extensa diversidad de pastel, permite complacer los gustos y preferencias de los clientes, cuenta con más de 30 variedades de pasteles. Entre ellos Pasteles secos, fríos y de helado. Son el nombre más demandado en la preparación de pasteles para celebraciones, bodas, cumpleaños, aniversarios, graduaciones y otros. También preparan pasteles temáticos de magia, fantasía, acción y aventura con decoraciones especiales para fiestas infantiles.

Bajo el nombre de Pastelerías Holandesa nace en el 2004 **Café Holandesa**, ofreciendo a los clientes el poder degustar una taza de café acompañado de su pastel favorito.

Departamentos o Dependencias

PASTELERIAS HOLANDESA INTEGRCIÓN ORGANIZACIONAL	
PUESTO	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Gerente general:	Es la persona responsable de la toma de decisiones y coordinar los recursos de la empresa. Así mismo establece estrategias para sus buenos resultados. Representándola ante terceras personas.
Gerente de producción:	Es la encargada de supervisar que dentro de la Planta de producción se cumpla con los objetivos de elaboración de pasteles, productos salados y postres. Dando soluciones a problemas presentados a la mayor brevedad posible garantizando que las personas a su cargo realicen sus funciones, y las cumplan a cabalidad.
Gerente de logística:	Es la persona encargada de planificar, coordinar y controlar la entrega de productos (pasteles, productos salados y postres) en los puntos de venta de la empresa. Con el único objetivo de mantener las tiendas abastecidas.
Gerente de operaciones:	Es la persona encargada de planificar, supervisar y transmitir las estrategias de la empresa a los puntos de venta. Siendo esta persona el canal de comunicación directo con los supervisores y encargados.
Gerente de compras:	Es la persona encargada de comprar todos los bienes que la empresa necesita ya sea material prima, material de empaque, papelería y productos finales.
Gerente de comercialización:	Es la persona encargada de organizar las acciones y tareas del equipo comercial. Busca la mejor manera de alcanzar los objetivos y metas planteadas, define precios de productos y establece lineamientos de descuentos y promociones.

Fuente: (Epesista) Sussan de León

PASTELERIAS HOLANDESA INTEGRCIÓN ORGANIZACIONAL	
PUESTO	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Departamento de comunicación:	Es la persona responsable de llevar a cabo la integración de los factores y las técnicas a utilizar en la empresa. Utilizando los medios de comunicación adecuados según el departamento a informar.
Supervisión regional de Holandesa:	Es la persona que tiene a su cargo una región los puntos de venta de Pastelerías Holandesa, teniendo dominio del mercado y a su vez es capaz de resolver cualquier tipo de situación que se presente.
Supervisor de Café Holandesa:	Es la persona encargada de Café Holandesa, la cual resuelve cualquier tipo de situaciones en la tienda. Como abastecimiento de producto, comunicación de nuevas estrategias, implementación de nuevos procedimientos.
Encargado(a) de Café Holandesa:	Es la persona encargada del punto de venta, es responsable de alcanzar las metas de venta, tener abastecida su tienda, mantener el orden y la limpieza.
Asistente de Café Holandesa:	Es la persona que apoya al encargado del Café Holandesa, es responsable de mantener el orden y la limpieza del punto de venta.

Fuente: (Epesista) Sussan de León

1.2.5 Misión:

“Que cada uno los clientes pueda degustar un delicioso café acompañado de un postre en un lugar acogedor y agradable”

1.2.6 Visión:

Lograr que todas las pastelerías Holandesa, tengan un Café Holandesa y poder acompañar a cada persona en momentos especiales y hacerlos inolvidables.

1.2.7 Objetivos Institucionales:

- Entregar productos frescos y de excelente calidad.
- Que cada uno de los consumidores de Café Holandesa puedan degustar de un buen café.
- Que el cliente pueda llevarse una experiencia inolvidable al visitar Café Holandesa.

1.2.8 Público Objetivo:

El principal público objetivo son los encargados y asistentes de Café Holandesa, puesto que para ofrecer un buen servicio, se debe obtener la experiencia en degustación. Así mismo, el consumidor final quien es el mejor juez de la calidad y competitividad de Holandesa en el mercado.

1.2.9 Organigrama:



Fuente: (Epesista) Sussan de León

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del Método:

El método que se utilizó para elaborar el diagnóstico de la empresa **Café Holandesa**, fue el Método Deductivo ya que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular. (Metodología cuantitativa).

Según Muñoz Razo (1998) “opina que el método deductivo es el razonamiento que parte de un marco general de referencia hacia algo en particular. Este método se utiliza para inferir de lo general a lo específico, de lo universal a lo individual”

1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección:

- **Observación:** Se visitaron los puntos de venta de Café Holandesa para conocer el entorno de los encargados de tienda.
- **Documentación:** se recopiló la información relacionada con la entidad, para detectar los problemas de comunicación interna.
- **Entrevista a profundidad:** Esta permitió recoger información que puede ser investigada en sus mínimos detalles en una conversación personal con los miembros de la organización.

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico:

ACTIVIDADES	2 al 7 de Febrero	9 al 14 de Febrero	16 al 21 de Febrero	23 al 28 de Febrero	2 de Marzo
Investigación e información de temas a la fase Diagnóstico					
Observación en el área de negocio Café Holandesa					
Entrevista a gerente general y personal de apoyo					
Entrevistas a encargados de Café Holandesa					
Tabulación e interpretación de datos					
Entrega de Diagnostico					

Fuente: (Epesista) Sussan de León

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS:

1.4.1. Ficha de las entrevistas:

ENTREVISTA 1

Entrevistado: Gerente general
Fecha: Lunes 16 de febrero
Duración: 20 minutos

ENTREVISTA 2

Entrevistado: Encargado de Café
Holandesa
Fecha: Martes 17 de febrero
Duración: 30 minutos

ENTREVISTA 3

Entrevistado: Encargado de bodega
Fecha: Miércoles 18 de febrero
Duración: 20 minutos

ENTREVISTA 4

Entrevistado: Encargado Call Center
Fecha: Jueves 19 de febrero
Duración: 10 minutos

1.4.2 Resultado de las entrevistas:

El resultado de las entrevistas realizada al personal administrativo y operativo de Café Holandesa, reflejaron que la comunicación interna entre los departamentos de apoyo y puntos de venta, no es la adecuada.

Ya que los mensajes transmitidos por los canales asignados llegan incompletos y por ello no se puede concretar en su totalidad los requerimientos del personal de los puntos de venta.

No están establecidos formatos estandarizados para realizar pedidos en los puntos de venta y eso dificulta el surtido en los mismos.

Para que cada punto de venta esté abastecido los encargados de tienda deben realizar una lista de productos, pero esta lista es diferente en cada uno de los Cafés Holandesas.

Por el momento se cuenta con 5 Cafés Holandesas y en cada uno las encargadas de tienda realizan diferente procedimiento a la hora de preparar una bebida.

Café Holandesa lleva 11 años en el mercado y a pesar de el tiempo no se han establecido procedimientos adecuados para la preparación de bebidas y tampoco en ese tiempo se han fortalecido los canales de comunicación que ya existen.

1.4.3 Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados:

INSTRUMENTO	ENTREVISTADO	PUESTO	PUNTO DE ENCUENTRO Y DISENSO
Entrevista	Entrevista 1	Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> •Los Entrevistados coinciden que en Café Holandesa no hay un sistema de comunicación Lineal entre los encargados de tienda y sus diferentes departamentos de apoyo. •Los pedidos que realizan los encargados si son tomados correctamente pero no siempre en el área de bodega se encuentran completamente abastecida para surtirlos. •El departamento de Call Center realiza correctamente su función pero ha perdido credibilidad por que los encargados reciben incompleto su pedido. •Es importante que se manejen formatos estandarizados en los 5 puntos de venta para que su abastecimiento no falle. •Café Holandesa esta enfocada en ofrecer Café para degustar con una porción de pastel pero en los diferentes puntos se preparan de diferentes maneras.
Entrevista	Entrevista 2	Encargado de Café Holandesa	
Entrevista	Entrevista 3	Encargado de Bodega	
Entrevista	Entrevista 4	Encargado de Call Center	

Fuente: (Epesista) Sussan de León

1.4.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas:

1. Edad y tiempo de trabajar en la empresa.

CASOS	SEXO	EDAD	TIEMPO EN LA EMPRESA
Caso 1	Femenino	22	8 meses
Caso 2	Femenino	30	4 años
Caso 3	Femenino	31	5 años
Caso 4	Masculino	21	3 años
Caso 5	Femenino	26	3 años

Fuente: (Epesista) Sussan de León 23 al 28 febrero

Se entrevistaron a los encargados de los Café Holandesa de los cuales hay 4 mujeres y 1 hombre. Las personas entrevistadas están comprendidos entre las edades de 22 a 31 años, cuatro de ellos ya tienen más de 3 años de trabajar en la empresa y una persona tiene menos del año.

2. ¿Cuál es su cargo dentro del café?

CASO	SEXO	CARGO	ATRIBUCIONES ADICIONALES
Caso 1	Femenino	Encargada del Café Holandesa	Únicamente el café
Caso 2	Femenino	Encargada del Café Holandesa	Únicamente el café
Caso 3	Femenino	Encargada del Café Holandesa	Encargada de la Pastelería Holandesa
Caso 4	Masculino	Encargado del Café Holandesa	Únicamente el café
Caso 5	Femenino	Encargada del Café Holandesa	Únicamente el café

Fuente: (Epesista) Sussan de León Fecha: 23 al 28 febrero

Cada una de los encargados es responsable de tener El punto de venta, surtido de productos y de llegar a las metas de venta asignadas por su supervisor de tiendas, de las 5 personas entrevistadas una tiene una responsabilidad adicional al Café Holandesa.

3. ¿Cuál es el medio por el que se comunica para surtir su tienda?

CASO	MEDIO	¿CÓMO SE CONCRETA LA COMUNICACIÓN?
Caso 1	Teléfono	Me hace una llamada semanalmente
Caso 2	Teléfono	Me llaman de la planta de producción cada semana
Caso 3	Teléfono	La encargada de Call Center me llama
Caso 4	Teléfono	Me llaman para tomar mi pedido
Caso 5	Teléfono	Me llaman para tomar mi pedido

Fuente: (Epesista) Sussan de León Fecha: 23 al 28 febrero

El medio de comunicación que utilizan todos los Café Holandesa es el teléfono, una persona de Call Center se comunica con ellos una vez por semana para preguntarles que productos necesitan en su tienda.

4. ¿A usted le parece que funciona la forma en que se comunica con usted las oficinas centrales de Café Holandesa?

CASO	POSITIVO	NEGATIVO
Caso 1	Toman mi pedido cada semana	Cada vez que recibo mi pedido no viene todo lo que pido
Caso 2	Si toman el pedido cada semana	No envían todo lo que pido
Caso 3	Me parece bien que llamen para hacer el pedido	No hubo comentario
Caso 4	Se comunican bien	No envían las cosas completas
Caso 5	Si llaman puntualmente	Mi pedido entra una vez por semana pero incompleto

Fuente: (Epesista) Sussan de León Fecha: 23 al 28 febrero

Es una ventaja que de parte de las oficinas centrales de Café Holandesa, se comuniquen con las personas encargadas de las tiendas, tomándoles los pedidos puntualmente. Pero los entrevistados indican que al momento de recibir su pedido el producto llega incompleto.

5. ¿Qué tan rápido es la respuesta de las oficinas centrales de Café Holandesa cuando usted realiza un pedido?

CASO	TIEMPO DE ENTREGA	COMENTARIOS
Caso 1	Es de 4 días	El pedido no viene completo
Caso 2	Es de 4 días	Es rápido pero faltan cosas
Caso 3	Es de 4 días	Toman el viernes y viene el martes
Caso 4	Es de 4 días	Faltan muchas cosas
Caso 5	Es de 4 días	Es rápido pero no viene completo

Fuente: (Epesista) Sussan de León Fecha: 23 al 28 febrero

Las oficinas centrales, envían el producto solicitado 4 días después de haber sido tomado el pedido. Aunque muy frecuentemente el producto llega incompleto y no entregan todo lo que el encargado del Café Holandesa solicito.

6. ¿Cuál es la forma de comunicarse con el supervisor?

CASO	MEDIO	PERSONALMENTE
Caso 1	Teléfono	Visita la tienda 3 veces por semana
Caso 2	Teléfono	Visita la tienda 2 veces por semana
Caso 3	Teléfono	Visita la tienda 2 veces por semana
Caso 4	Teléfono	Personalmente
Caso 5	Teléfono	Personalmente

Fuente: (Epesista) Sussan de León Fecha: 23 al 28 febrero

Los encargados de tienda se comunican con el supervisor de Café Holandesa por teléfono y en persona ya que el supervisor visita los puntos de venta de 2 a 3 veces, por semana.

7. ¿Le parece a usted efectiva la forma en que se comunica con el supervisor y son atendidas todas las necesidades que requiere la tienda?

CASO	¿ES EFECTIVA?		ATIENDE TODAS LAS PETICIONES
	SI	NO	
Caso 1	Si es efectiva	-----	Busca una manera de resolver
Caso 2	Responde mis llamadas, podríamos tener redes	-----	Si apoya mis dudas
Caso 3	Si contesta mis llamadas		Resuelve rápidamente
Caso 4	Si es efectiva y contesta inmediatamente	-----	Resuelve rápido mis problemas
Caso 5	Si es efectiva la comunicación	-----	Soluciona mis dudas rápidamente

Fuente: (Epesista) Sussan de León Fecha: 23 al 28 febrero

Todos los entrevistados están de acuerdo con que la comunicación con la supervisión es efectiva, ya que resuelve rápidamente sus inquietudes. Solamente una persona indica que podría facilitarse aún más con redes sociales.

8. ¿Usted recibe algún tipo de capacitación por parte de las oficinas centrales de Café Holandesa?

CASO	RESPUESTA	¿CUÁL?
Caso 1	Si	Como vender pasteles
Caso 2	Si	Para hacer café
Caso 3	Si	Servicio al cliente
Caso 4	Ninguna	Sin comentario
Caso 5	Ninguna	Sin comentario

Fuente: (Epesista) Sussan de León Fecha: 23 al 28 febrero

El 60% del personal ha sido capacitado, pero las capacitaciones no han sido consistentes en los mismos temas. Se les ha reforzado en aéreas de descripción de pasteles, atención al cliente y preparación de bebidas. Pero no una capacitación adecuada a la preparación de bebidas de Café.

9. ¿Qué tipo de capacitación necesitaría usted para desarrollar mejor su trabajo?

CASO	¿QUÉ QUIERO APRENDER?	¿POR QUÉ?
Caso 1	Enseñarme como preparar productos nuevos	Quiero aprender más.
Caso 2	Como preparar mejor el Café	Porque no siempre me sale igual
Caso 3	Aprender a preparar otras bebidas de Café	Los clientes me preguntan si puedo preparar otras bebidas con la maquina de espresso
Caso 4	Como preparar mejor el Café	Es importante recibir capacitación constante.
Caso 5	Atención al cliente y como preparar Café	Dar un buen servicio a los clientes y preparar un buen café.

Fuente: (Epesista) Sussan de León Fecha: 23 al 28 febrero

Los entrevistados, solicitan una capacitación para reforzar la preparación de bebidas en la máquina de espresso. Ya que si saben utilizar el equipo, pero están conscientes que deben capacitarse para utilizarlo de una mejor manera.

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA:

1.5.1. Fortalezas:

- Los encargados de tienda tiene bien definidas sus obligaciones para sus áreas.
- Café Holandesa, cuentan con un equipo altamente sofisticado para la elaboración de espresso.
- Cuenta con una logística muy bien coordinada, donde surte los puntos de venta cada 4 días.

1.5.2 Oportunidad

- Es necesaria una guía de pedidos para los encargados de los puntos de venta.
- Aprovechar de una mejor manera los recursos de logística por medio de una comunicación estructurada.
- Los precios que se maneja son competitivos

1.5.3 Debilidad

- No existe una guía de procedimientos para la elaboración de cafés.
- En Café Holandesa no está establecida una línea de productos salados específicos de temporada.
- No existe una retroalimentación adecuada entre departamentos de apoyo del por qué no se surten correctamente los Café Holandesa.

1.5.4 Amenazas

- Descontento de los encargados de tienda al no tener sus productos
- Ofrecer una mala atención al cliente, al no brindar los productos que se ofrecen normalmente.
- Los departamentos de apoyo no vean como prioridad a Café Holandesa.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN:

“Fortalecimiento de comunicación interna de los encargados y asistentes de Café Holandesa hacia sus supervisores y departamentos de apoyo”

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Café Holandesa, es una empresa que nació en el 2004, bajo la marca de Pastelerías Holandesa, esta se dedica a ofrecer una buena taza de café acompañado de una porción de pastel o producto salado.

Café Holandesa cuenta con 5 ubicaciones en Guatemala, entre ellas están:

- Café Holandesa Roosevelt
- Café Holandesa Montufar
- Café Holandesa Villa Hermosa
- Café Holandesa Amatitlán
- Café Holandesa Palín.



Cada una de ellas cuenta con un encargado responsable del Café Holandesa, el cual debe dedicarse a ofrecer un producto de calidad y una excelente atención. Debido a la rotación del personal en los últimos años se ha notado que la preparación de los Cafés no es la misma en las cinco ubicaciones.

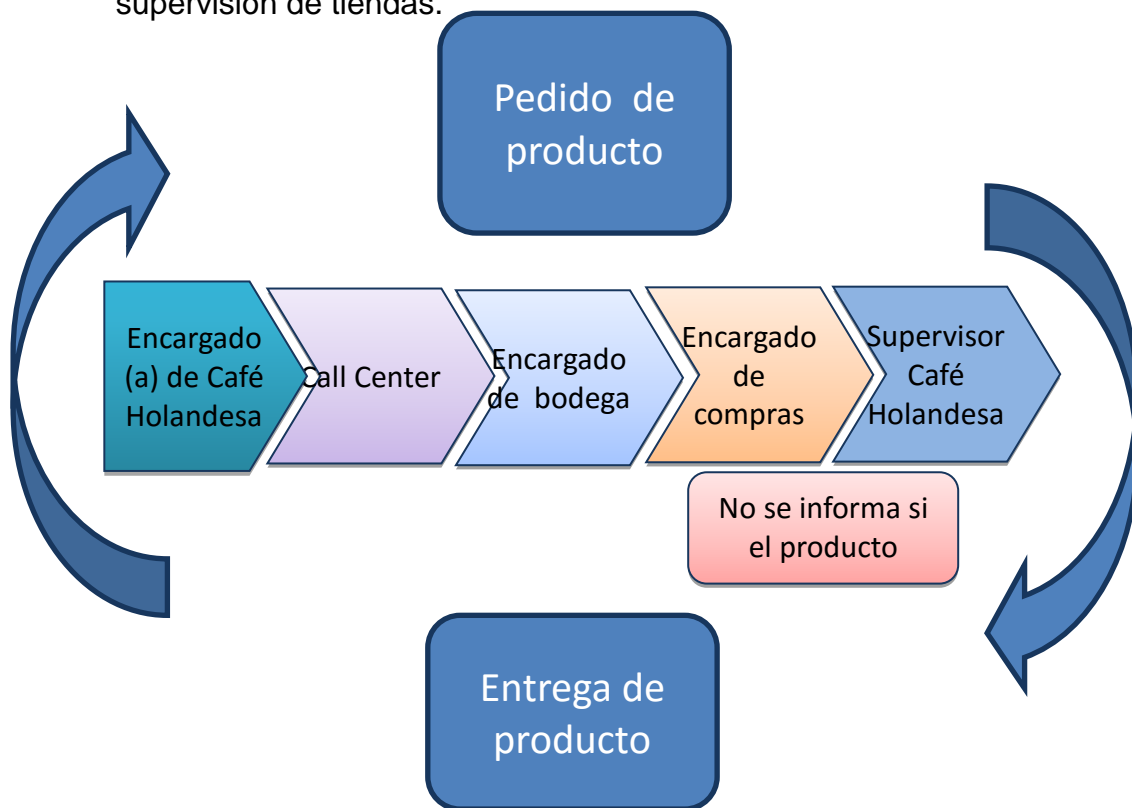
Esto se debe a que cada uno de los encargados se ha capacitado con distintas personas y no se ha consolidado un solo procedimiento de preparación para todos. También la comunicación que hay con las distintas aéreas de la empresa como Call Center, bodega, producción, no es del todo efectiva. Ya que al momento de que los encargados solicitan algún producto para abastecer el negocio, no llega correctamente.

También cuentan con un supervisor de Café Holandesa, él es el encargado de solucionar cualquier tipo de acontecimiento que se presente y vocero de las necesidades de los puntos de venta.

2.2 . OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General:

- Implementar un plan de comunicación interna, para fortalecer la comunicación entre los departamentos de apoyo de Pastelerías Holandesa. Concretando los canales de comunicación de, Call Center, encargado de bodega, encargado de compras y supervisión de tiendas.



Fuente: Sussan de León (Epesista) Proceso de comunicación

2.2.2. Objetivos Específicos:

- Solucionar problema de comunicación entre bodega, encargados de tienda y supervisión.
- Mejorar el proceso de solicitud de pedidos entre encargados de tienda hacia bodega.
- Mejorar la preparación de cafés en los puntos de venta.

2.3 PUBLICO OBJETIVO:

- Personal administrativo de las oficinas centrales, supervisor, encargados y asistentes de Café Holandesa.
- **Criterio Demográfico:**
 - Comprendidas entre las edades de 22 a 40 años
 - Sexo masculino (40%) y femenino (60%)
 - Nacionalidad Guatemalteca
 - Nivel socio económico C-D
 - Escolaridad, Diversificado

2.4 MENSAJE:

Se pretende unificar correctamente los canales de comunicación que ya existen, donde se mejoraran los proceso de comunicación actuales para optimizara el trabajo del personal administrativo.

El mensaje para el área administrativa es identificarlo con la Marca y con el personal operativo es brindarle herramientas de apoyo para sus puntos de venta.

El mensaje clave es: *“Sincronizando pedidos, estandarizando su mejor sabor”*

2.5 LA ESTRATEGIA:

- Crear una *“guía de pedidos”* para el uso de los encargados de Café Holandesa y fortalecer la comunicación entre los departamentos de apoyo.
- Crear una *“hoja de cuadro”* para el mejor control de productos en la tienda.
- Crear una *“guía de procedimientos”* para la correcta elaboración de bebidas en Café Holandesa.

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN:

- Se establecerá la cadena de comunicación entre departamentos, de apoyo para su mejor desempeño.
- Se unificará la información que deben tener la guía de pedidos y la hoja de cuadro.
- Capacitación a un encargado de Café Holandesa en la escuela del Café “Ana Café”, para desarrollar sus habilidades como barista.
- Realizar guía de procedimientos de preparación de bebidas.
- Capacitación a todo el personal de Café Holandesa.
- Personal administrativo vivirá la experiencia Café Holandesa.

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO:

“Fortalecimiento de comunicación interna de los encargados y asistentes de Café Holandesa hacia sus supervisores y departamentos de apoyo”

3.1.1 Financiamiento

El presupuesto utilizado en la ejecución del plan de comunicación fue una inversión que realizó la empresa. Ya que para realizarlo se utilizaron recursos de las diferentes áreas, más la inversión monetaria del Café Holandesa.

3.1.2 Presupuesto

UNIDAD	DESCRIPCIÓN	FINANCIAMIENTO	Q UNIDAD	TOTAL
1	Capacitación Ana Café 7 cursos durante el mes de Junio (1.Introducción al mundo del café 2.Tecnicas correctas de preparación de espresso 3.Técnicas para preparar un Cappuccino Italiano 4.Preparación de bebidas a base de espresso 5.Preparación de café en diferentes métodos 6. Arte Latte 1 7. Arte Latte 2.)	Café Holandesa	Q 1,665.00	Q 1,665.00
5	Sesión fotografica de Café Holandesa. Fotos: Taza en las manos, equipo de Café, preparación de bebidas, shots de espresso, taza con espuma.	Recurso de la empresa	Q 100.00	Q 500.00
1	Arte y diseño, retoque de fotografías, Diseño de procedimientos de bebidas, diseño Roll up Café Holandesa y diseño de invitación.	Recurso de la empresa	Q 600.00	Q 600.00
25	Impresión del diseño "Procedimientos de bebidas" medida de 21x27cm, impreso en papel couche doble cara.	Café Holandesa	Q 14.00	Q 350.00
1	Impresión del diseño "Roll up Café Holandesa" medida de 0.80x200 cm, impresión a full color sobre manta vinilica, instalada en estructura de Roll up.	Café Holandesa	Q 300.00	Q 300.00
20	Impresión de formatos de toma de pedidos y de inventarios.	Café Holandesa	Q 0.20	Q 4.00
1	Honorarios profesionales, Por diseño de plan de comunicación en Café Holandesa..	Recurso de la empresa	Q 10,000.00	Q 10,000.00
25	Desayuno para encargados y asistentes de Café Holandesa que asistieron a la capacitación de preparación de café. Realizado el 7 de julio del 2015	Café Holandesa	Q 22.50	Q 562.50
1	Traslado de equipo utilizado en la presentación de proyecto de Café Holandesa.	Café Holandesa	Q 500.00	Q 500.00
30	Cafés elaborados por encargados y asistentes de Café Holandesa. En capacitación.	Café Holandesa	Q 15.00	Q 450.00
15	Sandwich, de degustación en la capacitación de Café Holandesa.	Café Holandesa	Q 16.00	Q 240.00
TOTAL				Q 15,171.50

Fuente: (Epesista) Sussan de León

3.1.3 Beneficiarios:

Las personas que fueron beneficiadas con el plan de comunicación de Café Holandesa fueron:

- Encargados de tienda de Café Holandesa
- Asistentes de tienda de Café Holandesa
- Supervisor de café Holandesa
- Supervisores de pastelerías Holandesa
- Encargado de despacho de productos
- Call center de Café Holandesa

3.1.4 Recurso Humano

Se contó con el apoyo del personal de los Café Holandesa, encargados de las áreas de apoyo, y supervisión de Pastelerías Holandesa. También el apoyo de autoridades de peso dentro de la empresa.

NOMBRE	PUESTO	ACTIVIDAD
Jhonatan Pérez	Encargado de Café Holandesa Montufar	Capacitación de procedimientos de bebidas, a todo el equipo de Café Holandesa.
Lic. Yanet Guzman	Gerente de comercialización Holandesa	Apoyo en todas las actividades y visitas a los puntos de venta.
Ing. Walter Cobón	Gerente de proyectos nuevos Holandesa	Presentación del proyecto ante todo el equipo de Café Holandesa y supervisión.
Lic. Maritza Barrera	Gerente de Mercadeo Alimentos Quedely	Colaboración, fotografía, arte y diseño del material del proyecto de comunicación. Apoyo durante todo el proceso del EPS.

Fuente: Sussan de León (Epesista)

3.1.5 Áreas geográficas de Acción

El plan de comunicación se ejecutó en las instalaciones centrales de Alimentos Holandesa. En la 39 avenida 9-60 de la zona 7. Donde se reunió a los encargados y asistentes de Café Holandesa.

3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS

3.2.1. Estrategias desarrolladas:

- ✓ Se Realizó la “guía de pedidos” para el personal de tiendas, de Café Holandesa.
- ✓ Se Realizó la “hoja de cuadre” para el personal de tienda de cómo deben llevar el control de sus productos en el Café Holandesa”
- ✓ Se creó una “guía de procedimientos de elaboración de bebidas en Café Holandesa.

3.2.2 Acciones desarrolladas:

Elaboración de la hoja de pedidos y hoja de cuadre:

Para realizar la “hoja de pedidos” se conversó con los encargados de las diferentes áreas: encargado de bodega, encargada Call center y encargados de la tiendas. Donde se unifico la información y se realizó un material adecuado y amigable para el personal de las distintas áreas.

El objetivo de la Hoja de pedidos, es que a los encargados se les facilite realizar sus pedidos y que puedan llevar un control adecuado de su existencia.

CAFÉ HOLANDESA:		FECHA:			NOMBRE DE ENCARGADO:					
MATERIA PRIMA	INV. INICIAL	ENVIOS	CORTESIA	DESPERDICIO	TRASLADOS	INV. FINAL	CONSUMO	VENTA Q	+	-
Pan Ciabatta										
Pan Frances Café Holandesa										
Mayonesa Hellmans										
Aderezo Mil Islas										
Salsa de pavo (Café Holandesa)										
Pierna Preparada										
Gallina Preparada										
Chorizo Argentino Quedely										
Repollo para pupusas										
Salsa para pupusas										
Bolas de queso para pupusas										
Chile para pupusas										
Mezcla de Chicharron										
Huevo										
Mantequilla Fern Barra										
Frijol volteado 2.5 libras										
Jamón selecto										
Queso Procesado Blanco										
Aceite Galón										
Harina Maseca										
Tomate (libra)										
Cebolla Nacional (libra)										

**Ver hojas completas en anexos. (Epesista) Fuente Sussan de León*

Se creó “la hoja de cuadre” con los productos que se venden en Café Holandesa, esto con el objetivo de que puedan llevar un control adecuado de los productos que venden

PRODUCTO DE VENTA	Inv. Inicial	Envios	Cortesia	Desperdicio	Traslados	Inv Final	Consumo	Venta	+	-
Ciabatta de Jamón										
Te Frio										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Ciabatta de Pierna										
Te Frio										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Ciabatta de Gallina										
Te Frio										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Ciabatta de Pavo										
Te Frio										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Pupusas de Queso										

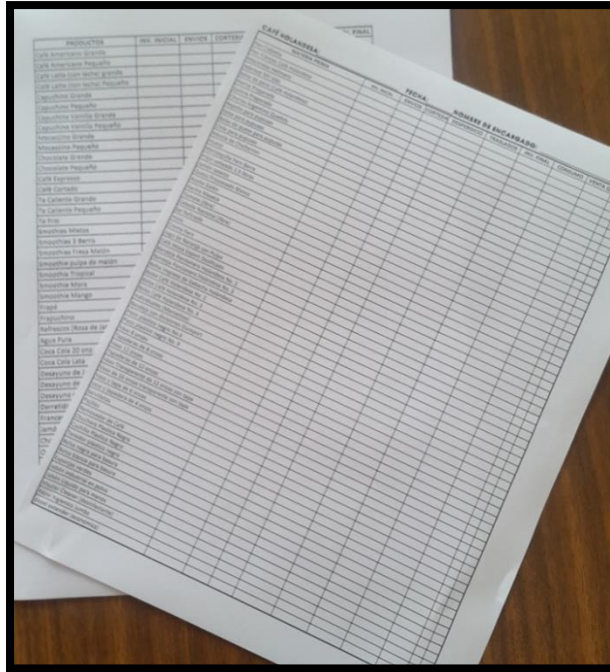
. *Ver hojas completas en anexos. (Epesista) Fuente Sussan de León

Inducción hoja de cuadre y guía de pedidos:

A todo el personal de Café Holandesa se les dio una inducción de cómo deben utilizar La guía de pedidos y la hoja de cuadre. Donde se les explico la importancia de llevar un buen control de su producto.

Con esta **guía de pedidos y Hoja de cuadre**, se logró ser más eficiente en la comunicación entre las diferentes áreas. Ya que se estableció un canal de comunicación claro entre los departamentos y Café Holandesa.

Guía de pedidos y hoja de cuadro



Material entregado a los encargados de Café Holandesa. Guía de pedidos y Hoja de cuadro

Inducción Guía de pedidos y hoja de cuadro



Explicación de la manera que deben utilizar la guía de pedidos y hojas de cuadro, encargados y Supervisoras de Café Holandesa.

Guía de procedimientos:

Se eligió a una persona de Café Holandesa para que recibiera una capacitación en “La escuela del Café “Ana Café”, esto con el objetivo de reforzar sus conocimientos y certificarlo en la preparación de bebidas.

Donde se certificó de los siguientes cursos:

- ✓ Introducción al mundo del café
- ✓ Técnicas correctas de preparación de espresso
- ✓ Técnicas para preparar un Cappuccino Italiano
- ✓ Preparación de bebidas a base de espresso
- ✓ Preparación de café en diferentes métodos
- ✓ Arte Latte 1 y 2.



Capacitación en Escuela de Café, Jhonatan Pérez encargado de Café Holandesa Montufar

Acción:

Guía de procedimientos de bebidas para Café Holandesa

GUÍA DE PROCEDIMIENTOS

- Espresso
- Cappuccino (Espuma, Leche, Espresso)
- Latte (Espuma, Leche, Espresso)
- Moccacino (Espuma, Leche, Chocolate, Espresso)
- Mochiato (Espuma, Espresso)
- Cortado (Espuma, Leche, Espresso)
- Américano (Agua caliente, Espresso)
- Italiano (Espresso, Agua caliente)

Café Holandesa

Fue encontrado por primera vez en Koffia, Etiopía, África en el siglo XVIII. Llegó a Guatemala en 1760 gracias a sacerdotes jesuitas. En 1800 se inició la primera exportación de café. Las primeras exportaciones datan en 1854 no de índole comercial. En 1988 fue premiado como el mejor café del mundo.

Regiones de café finos de Guatemala

- Huasteco
- Cobán
- San Marcos
- Progreso
- Antigua Guatemala
- Acaticano
- Atitlán

El mejor café del mundo

- Finca
- Etiopía
- Guatemala

La especialización del café necesita equipo básico para su elaboración

- Máquina de espresso
- Molino
- Compactor
- Caja de desperdicio

Y para su preparación se necesitan accesorios indispensables

- Brocha
- Tazas o porcelana
- Trapo para bracha de vapor
- Trapo para portafiltro
- Trapo para bandeja de desperdicio
- Trapo para mesa de área de trabajo
- Trapo para lavar tazas
- SEPARADOR DE AGUA PURIFICADA
- DRENAJE DE DESPERDICIO

Arte final guía de procedimientos de bebidas para Café

Acción:

Capacitación al personal del Café Holandesa.

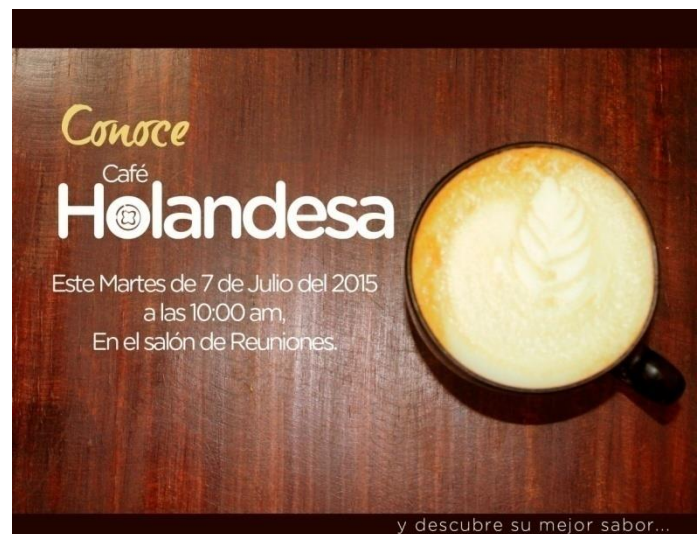
Se realizó una capacitación a todo el personal del café Holandesa, donde se reforzó la manera de cómo deben utilizar el equipo y de cómo deben prepara una bebida correctamente.

Para esta capacitación también se invitó a los encargados de bodega, encargado de tomar pedidos, gerentes de compras y personas importantes de la empresa para que vivieran la experiencia de Café Holandesa. Esto con el objetivo de crear fidelidad y compromiso con la Marca.

Diseño de Roll up



Diseño de invitación



Invitación que se entregó a gerentes de área de Alimentos Holandesa

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	MAYO					JUNIO					JULIO				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Estudio de campo para determinar las necesidades de la empresa.															
Entrevista con personal de los Café Holandesa. Encargadas y asistentes															
Elaboración de diagnostico de Café Holandesa.															
Reunión con encargado de Bodega, responsable de enviar producto a las tiendas.															
Reunión con encargada de Call Center de Café Holandesa.															
Reunión con gerente de Comercialización de Café Holandesa.															
Capacitación En la escuela del Café a Jhonatan Perez															
Reunión con Jhonatan Perez, recopilación de información par el manual de procedimientos.															
Sesión de fotografía en Café Holandesa. Maquina de café y bebidas con leche espumada.															
Elaboración Guia de pedidos y hoja de cuadre.															
Elaboración de manual de procedimientos de Cafés.															
Capacitación a todo el personal de Café Holandesa, Como usar las Guia de pedidos y hoja de cuadre.															
Revisión de materiales en puntos de venta.															

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO:



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): Susan Edith de León Álvarez
 Carné: 200118394
 Jefe o Encargado: Luisa Rodríguez
 Institución o Empresa: Pastelerías Holandesa S.A
 Supervisor Docente: Fernando Flores

No.	SEMANAS Del: _____ al _____ Mes: _____	HORAS PRACTICADAS							TOTAL HORAS	FIRMA Y SELLO DEL JEFE O ENCARGADO
		L	M	M	J	V	S			
1	Del: <u>4</u> al <u>9</u> Mes: <u>Mayo</u>	4	4	4	4	4	0	20	<u>Alimentos Holandesa, S. A</u>	
2	Del: <u>11</u> al <u>16</u> Mes: <u>Mayo</u>	4	4	4	4	4	0	20	<u>Alimentos Holandesa, S. A</u>	
3	Del: <u>18</u> al <u>23</u> Mes: <u>Mayo</u>	4	4	4	4	4	0	20	<u>Alimentos Holandesa, S. A</u>	
4	Del: <u>25</u> al <u>30</u> Mes: <u>Mayo</u>	4	4	4	4	4	0	20	<u>Alimentos Holandesa, S. A</u>	
5	Del: <u>1</u> al <u>6</u> Mes: <u>Junio</u>	4	4	4	4	6	0	30	<u>Alimentos Holandesa, S. A</u>	
TOTAL DE HORAS PRACTICADAS								147		



Firma del Supervisor Docente
[Signature]



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): Sussan Edith de León Alvarez.
 Carné: 200118394
 Jefe o Encargado: Luisa Rodríguez.
 Institución o Empresa: Pastelerías Holandesa S.A.
 Supervisor Docente: Fernando Flores
 D

No.	SEMANAS	HORAS PRACTICADAS							TOTAL HORAS	FIRMA Y SELLO DEL JEFE ENCARGADO
		L	M	M	J	V	S			
6	Del: <u>8</u> al <u>13</u> Mes: <u>Junio</u>	4	4	4	4	6	8	30	<u>Alimentos Holandesa, S. A.</u>	
7	Del: <u>15</u> al <u>20</u> Mes: <u>Junio</u>	4	4	4	4	6	8	30	<u>Alimentos Holandesa, S. A.</u>	
8	Del: <u>22</u> al <u>27</u> Mes: <u>Junio</u>	4	4	4	5	6	8	31	<u>Alimentos Holandesa, S. A.</u>	
9	Del: <u>29</u> al <u>30</u> Mes: <u>Junio</u>	4	4	1	1	1	1	8	<u>Alimentos Holandesa, S. A.</u>	
10	Del: <u>1</u> al <u>4</u> Mes: <u>Julio</u>	1	1	6	6	6	6	24	<u>Alimentos Holandesa, S. A.</u>	
11	Del: <u>6</u> al <u>11</u> Mes: <u>Julio</u>	6	8	4	5	6	6	35	<u>Alimentos Holandesa, S. A.</u>	
TOTAL DE HORAS PRACTICADAS								<u>150</u>		



Fernando Flores
 Supervisor Docente

Firma del Supervisor Docente



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Evaluación de Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): Sussan Edith de Leon Alvarez
 Carné: 200118394
 Jefe o Encargado: Luisa Rodriguez
 Institución o Empresa: Pastelerías Holandesas

No.	Items a calificar	Punteo 1 al 10
1	Presentación	10
2	Puntualidad	10
3	Conducta	10
4	Relaciones Interpersonales	10
5	Responsabilidad	10
6	Profesionalismo	10
7	Cumplimiento con los reglamentos internos de su institución	10

[Signature]

 Firma del Supervisor Docente
**Alimentos
 Holandesas, S. A**

CONCLUSIONES

El Ejercicio Profesional Supervisado fue de gran aporte a la empresa ya que le brindo credibilidad a los proceso de comunicación que se implementaron.

Las guías de pedidos y hojas de cuadro sirvieron para fortalecer la entrega de productos en las tiendas, y ayudo a que se estandarizaran procesos, para manejar un solo formato en todas las tiendas.

Se implementó un manual de procedimiento de bebidas de Café, este se utilizó en los puntos de venta y se replicó en otras áreas de negocio de la empresa.

El personal que recibió la capacitación se sintió comprometido y motivado con la empresa ya que fueron resueltas todas sus inquietudes, prometiendo brindar un mejor servicio para sus clientes.

Como conclusión final podemos decir que la comunicación interna en una empresa es importante para la función correcta de todos sus departamentos. En el Caso de Café Holandesa se encontró deficiencias de comunicación pero se aportaron estrategias para mejorarlas.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar capacitaciones esporádicamente para el personal de Café Holandesa, ya que esto hace que se sientan comprometidos y ofrezcan una atención adecuada a sus clientes.

Es necesario actualizar periódicamente las guías de pedido y hojas de cuadro ya que al momento de agregar un nuevo producto se modificaran las guías que se dejaron implementadas.

Es importante que Café Holandesa comunique de una manera externa sobre sus puntos de venta, ya que a pesar que tiene 11 años en el mercado no es muy conocido por los clientes.

Se recomienda que El Ejercicio Profesional Supervisado sea conocido por más estudiantes de Ciencias de la Comunicación que han dejado inconclusa una fase importante de su carrera.

GLOSARIO

1.-Acciones: Una acción o acción ordinaria es un título emitido por una sociedad representativo del valor de una de las fracciones iguales en que se divide su capital social.

2.-Antecedente: Hecho, comentario o circunstancia del pasado que influye en hechos posteriores y sirve para juzgarlos, entenderlos o preverlos: En gramática, primer término de una oración gramatical; se trata de un sustantivo, pronombre o proposición a que hace referencia un pronombre relativo: en la frase "llegó a España el jugador que ha fichado nuestro equipo"

3.-Capacitación: La iniciativa obedece al deseo de transformar el antiguo centro de formación cinematográfica en un medio moderno de adquisición de una sólida capacitación profesional en este ámbito"

4.-Comercialización: es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta)

5.-Compras: La compraventa es un contrato en virtud del cual una de las partes se obliga a dar una cosa y la otra a pagarla en dinero. Aquélla se dice vender y ésta comprar. El dinero que el comprador da por la cosa vendida, se llama precio. ...

6.-Comunicación: es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas. Los pasos básicos de la comunicación son la formación de una intención de comunicar, la composición del mensaje, la codificación del mensaje, la transmisión de la señal, la recepción de la señal, la decodificación del mensaje y, finalmente, la interpretación del mensaje por parte de un receptor.

7.-Comunicación: La palabra deriva del latín *communicare*, que significa "compartir algo, poner en común". Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la

relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

8.-Diagnóstico: en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

9.-Documentación: Es una ciencia en sí misma y una de las finalidades primordiales de la Documentación es informar, en sentido general, las ciencias de la documentación y la documentación como sinónimos, si el contexto no perturba la intención del emisor, es decir, si no se distorsiona el mensaje del interlocutor porque no se dé ambigüedad semántica.

10.-Entrevista: Reunión de dos o más personas para tratar algún asunto, generalmente profesional o de negocios.

11.-Estrategia: La estrategia consiste en destacar en pantalla aquellos elementos que aportan las claves de la narrativa; las estrategias de memorización se prestan a que cada uno invente las suyas propias; nuestra estrategia ha sido tomar la iniciativa del juego desde el comienzo del partido"

12.-Financiamiento: Acto de dotar de dineros y de crédito a una empresa, organización o individuo, es decir, es la contribución de dinero que se requiere para concretar un proyecto o actividad, como ser el desarrollo del propio negocio. Generalmente las maneras más comunes de obtener la financiación es a través de préstamos o de créditos.

13.-Fortalezas: Vigor cardinal que confiere valor para soportar la adversidad, para resistir las pasiones y para acometer los peligros que rodean la práctica de la virtud. Natural defensa que a un lugar le presta su propia situación.

14.- Gerente: Persona que por oficio se encarga de dirigir, gestionar o administrar una sociedad, empresa u otra entidad.

15.- Institucional: Se realiza de modo organizado por una institución y va dirigida a las personas y grupos del entorno social donde se realiza su actividad. Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos a los que se dirige, para darse a conocer socialmente y proyectar una imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

16.- Instrumento: Se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos

17.- Investigación: la investigación científica y el desarrollo tecnológico se han desenvuelto tradicionalmente en un clima de atonía y falta de estímulos sociales"

18.- Logística: es definida como el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución. En el ámbito empresarial existen múltiples definiciones del término logística, que ha evolucionado desde la logística militar hasta el concepto contemporáneo del arte y la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información.

19.- Metodología: una exposición doctrinal metodología de la enseñanza; metodología de trabajo; hay colecciones de plantas, que reciben el nombre de 'herbarios', para cuya construcción se debe seguir cierta metodología.

20.- Misión: Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

21.- Objetivo General: corresponden a las finalidades genéricas de un proyecto o entidad, Nos señalan resultados concretos ni directamente medibles por medio de indicadores pero sí que expresan el propósito central del proyecto. Tienen que ser coherentes con la misión de la entidad

22.- Objetivo Específico: Efectos que se espera que el proyecto vaya a lograr si se completa con éxito.

23.- Oportunidades: hace referencia a lo conveniente de un contexto y a la confluencia de un espacio y un periodo temporal apropiada para obtener un provecho o cumplir un objetivo. Las oportunidades, por lo tanto, son los instantes o plazos que resultan propicios para realizar una acción.

24.- Organigrama: Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

25.- Presupuesto: al cálculo y negociación anticipada de los ingresos y egresos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual. Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

26.- Procedimiento: Es un conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma, para obtener siempre el mismo resultado bajo las mismas circunstancias

27.- Público Objetivo: Este término se utiliza habitualmente en publicidad para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

28.- Recolección: La etapa de obtención de datos para conseguir la información necesaria que permitirá llevar a cabo una investigación científica

29.- Recursos Humanos: Al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización. Pero lo más frecuente es llamar así al sistema o proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización. Estas tareas las puede desempeñar una persona o departamento en concreto junto a los directivos de la organización.

30.- Supervisor: Se aplica a la persona que se encarga de supervisar un trabajo o una actividad.

31.- Técnica de Recolección: Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada.

32.- Visión: Se denomina visión empresarial a aquella habilidad que poseen ciertas personas de percibir el futuro de su empresa a largo plazo, proyectándose en el tiempo, para imaginar nuevos contextos donde deberá funcionar, con nuevas necesidades y recursos, previendo lo necesario para adecuarse a ello. Así decimos “Juan tiene visión empresarial, fue pionero en desarrollar productos informáticos cuando nadie preveía el auge tecnológico”, o “Pedro no posee visión empresarial, no quiso invertir en nuevas maquinarias y sus productos quedaron obsoletos”.

BIBLIOGRAFÍA

H. BALLOU, Ronald, **Logística Administración de la cadena de suministro**, Quinta Edición, PEARSON EDUCACIÓN México 2004, Pag. 816.

Grupo Esquel, **La comercialización en la pequeña y microempresa**, Esquel Group Foundation, Pag. 302

Buen día, Elisma, Bravo, Colas Y Pina Hernández. 2008. **Métodos de investigación en Psicología**. Madrid. España: McGraw Hill

Muñoz Razo, Carlos. 1998. **Como elaborar y asesorar una investigación de tesis**. México. Gedisa.

LANDEAU, Rebeca, **Elaboración de trabajos de Investigación**, Editorial Alfa. Pag 98.

Jill Adams , **A Guide to Espresso Coffee**, Pearson Education Australia, 2005, 102 pages

EGRAFÍA

<http://www.monografias.com/trabajos/lacomunica/lacomunica.shtml>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

<http://www.holandesa.com/index.php/conocenos>

<http://www.promonegocios.net/organigramas/definicion-organigramas.html>

<http://www.monografias.com/trabajos/lacomunica/lacomunica.shtml>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

<http://www.holandesa.com/index.php/conocenos>

<http://www.promonegocios.net/organigramas/definicion-organigramas.html>

ANEXOS

- ✓ Formato de entrevista
- ✓ Ejecución de plan
- ✓ Guías



-ENTREVISTAS- Estimado encuestado, formo parte del grupo del Ejercicio de Práctica Supervisada de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, previo a optar al título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Empresa: Café Holandesa

FECHA: _____

SEXO _____

PUESTO: _____

1. Edad y tiempo de trabajar en la empresa.
2. ¿Cuál es su cargo dentro del café?
3. ¿Cuál es el medio por el que se comunica para surtir su tienda?
4. ¿A usted le parece que funciona la forma en que se comunica con usted las oficinas centrales de Café Holandesa?
5. ¿Qué tan rápido es la respuesta de las oficinas centrales de Café Holandesa cuando usted realiza un pedido?
6. ¿Cuál es la forma de comunicarse con el supervisor?
7. ¿Le parece a usted efectiva la forma en que se comunica con el supervisor y son atendidas todas las necesidades que requiere la tienda?
8. ¿Usted recibe algún tipo de capacitación por parte de las oficinas centrales de Café Holandesa?
9. ¿Qué tipo de capacitación necesitaría usted para desarrollar mejor su trabajo?

GUÍA DE PEDIDOS

CAFÉ HOLANDESA: _____	FECHA: _____		NOMBRE DE ENCARGADO: _____							
PRODUCTO DE VENTA	Inv. Inicial	Envíos	Cortesía	Desperdicio	Traslados	Inv Final	Consumo	Venta	+	-
Ciabatta de Jamón										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Ciabatta de Pierna										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Ciabatta de Gallina										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Ciabatta de Pavo										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Pupusas de Queso										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Pupusas de Chicharron										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Pupusas Mixtas										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Empanada de pollo										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										

Guía de pedidos lado 1

GUÍA DE PEDIDOS

CAFÉ HOLANDESA: _____	FECHA: _____		NOMBRE DE ENCARGADO: _____							
PRODUCTO DE VENTA	Inv. Inicial	Envíos	Cortesía	Desperdicio	Traslados	Inv Final	Consumo	Venta	+	-
Croassaint										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Volovan										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Picos de tocino										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Encanelados										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Porción Triple Chocolate										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Porción Magico amor										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Porción Babarua de Chocolate										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										
Pastel de temporada										
Te Frío										
Café										
Café grande										
Refresco										
Capuchino pequeño										
Capuchino Grande										

Guía de pedidos lado 2

HOJA DE CUADRE

CAFÉ HOLANDESA: _____ FECHA: _____ NOMBRE DE ENCARGADO: _____

MATERIA PRIMA	INV. INICIAL	ENVIOS	CORTESIA	DESPERDICIO	TRASLADOS	INV. FINAL	CONSUMO	VENTA C	+	-
Pan Ciabatta										
Pan Frances Café Holandesa										
Mayonesa Hellmans										
Aderezo Mil islas										
Salsa de pavo (Café Holandesa)										
Pierna Preparada										
Gallina Preparada										
Chorizo Argentino Quedely										
Repollo para pupusas										
Salsa para pupusas										
Bolas de queso para pupusas										
Chile para pupusas										
Mezcla de Chicharron										
Huevo										
Mantequilla Fern Barra										
Frijol volteado 2.5 libras										
Jamón selecto										
Queso Proscsado Blanco										
Aceite Galón										
Harina Maseca										
Tomate (libra)										
Cebolla Nacional (libra)										
Sal Refinada										
Hielo										
Crema Fern										
Jugo de Naranja con Pulpa										
Café Moca Export Dosificado										
Bandeja Porcionero Holandesa No. 2										
Bandeja Porcionero Holandesa No. 3										
Bolsa Impresa de Gabacha Holandesa										
Bolsa Café Holandesa No. 2										
Bolsa Café Holandesa No. 3										
Bolsa Café Holandesa No. 4										
Individuales (Mantelitos)										
Bandeja con divisiones Duroport										
Plato plastico negro No.6										
Plato plastico negro No. 9										
Vaso 8 onzas										
Tapaderas de 8 onzas										
Vaso 12 onzas										
Tapaderas de 12 onzas										
Vaso Transparente de 12 onzas con tapa										
Vaso de 16 onzas transparente con tapa										
Vaso y tapa de 6 onzas										
vaso y tapadera de 4 onzas										
Servilletas										
Pajillas										
Removedor de Café										
Chuchara Plastica Negra										
Cuchillo Plastico Negro										
Tenedor plastico negro										
Bolsa negra para basura										
Bolsa blanca para basura										
Espojas verdes										
Jabón industrial en polvo										
Jabón Liquido para manos										
Master Cleaner (desinfectante)										
Papel higienico Jumbo										
papel extender (economica)										

Hoja de cuadro lado 1

HOJA DE CUADRE

PRODUCTOS	INV. INICIAL	ENVIOS	CORTESIA	DESPERDICIO	TRASLADOS	INV. FINAL	CONSUMO	VENTA Q	+	-
Café Americano Grande										
Café Americano Pequeño										
Café Latte (con leche) grande										
Café Latte (con leche) Pequeño										
Capuchino Grande										
Capuchino Pequeño										
Capuchino Vainilla Grande										
Capuchino Vainilla Pequeño										
Mocaccino Grande										
Mocaccino Pequeño										
Chocolate Grande										
Chocolate Pequeño										
Café Espresso										
Café Cortado										
Te Caliente Grande										
Te Caliente Pequeño										
Te Frio										
Smoothies Mixtos										
Smoothies 3 Berris										
Smoothies Fresa Melón										
Smoothie pulpa de melón										
Smoothie Tropical										
Smoothie Mora										
Smoothie Mango										
Frapé										
Frapuchino										
Refrescos (Rosa de Jamaica)										
Agua Pura										
Coca Cola 20 onz.										
Coca Cola Lata										
Desayuno de Jamón										
Desayuno de Chorizo										
Desayuno con Frances										
Derretido										
Frances Extra										
Jamón extra										
Chorizo Extra										
Queso Extra										
Tomate y cebolla Extra										
Leche extra										
Pan dulce de queso										
Galleta de Mantequilla										
Tentaciones										
Puding de Queso										
Puding de manjar										
Trenza de almendra										
Apfelstrudel										
Puddin albaricoque										
Puddin Limón										
Porción Ganache										
Porción de Fruta										
Porción de Fresas con crema										
Azucar splenda Food										
Azucar porcionada										
Café Espresso										
Te Negro										
Garrafón de agua pura										
Amareto para café										
Leche entera líquida										
Vainilla líquida para café										
Chocolate para café										
Observaciones:										

Hoja de cuadro lado 2

SESIÓN DE FOTOS

Sesión de fotografías para el manual de procedimientos



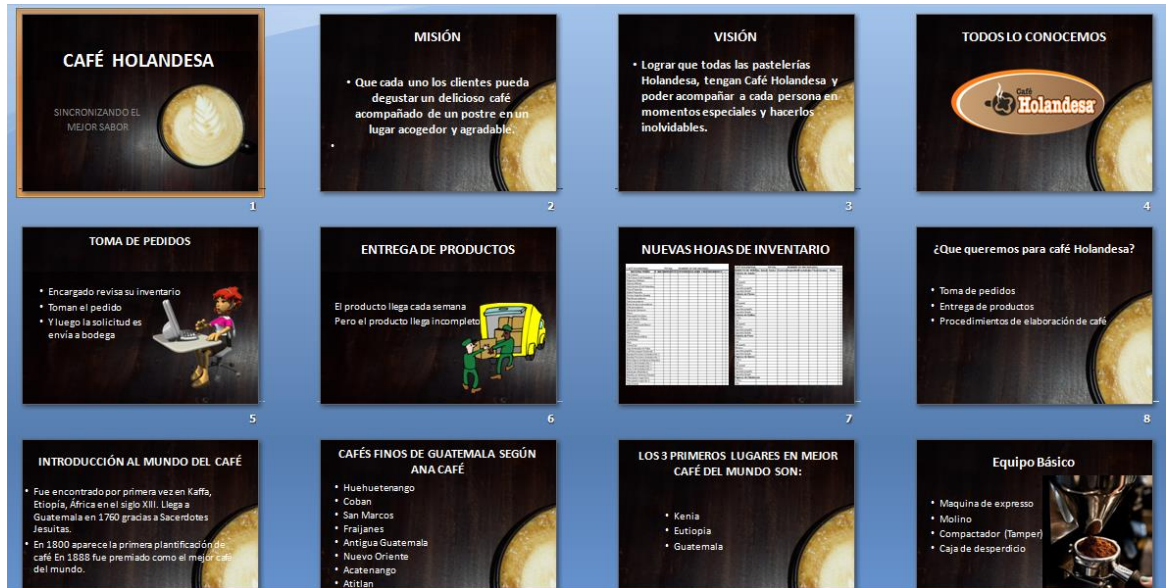
Fuente: Maritza Barrera, Mayo 2015, Café Holandesa Montufar



Fuente: Maritza Barrera, Mayo 2015, Café Holandesa Montufar

CAPACITACIONES

Contenido impartido el 7 de julio del 2015 en la capacitación al personal de Café Holandesa.



Diapositivas de capacitación al personal de Café Holandesa parte 1



Diapositivas de Capacitación al personal de Café Holandesa parte 2



Capacitación procedimiento de bebidas al personal de Holandesa. Sussan de León y Jhonatan Pérez.



Entrega de material de apoyo

Acción Capacitación



Capacitación de procedimientos en Máquina de bebidas por Jonathan Pérez a encargadas de Café Holandesa.



Final de la capacitación cierre con Gerente de proyectos nuevos



Supervisión de presentación de EPS



Supervisión de EPS Lic. Fernando Flores y Sussan de León en planta central de Holandesa. 7 de Julio 2115

CAPACITACIÓN ESCUELA DE CAFÉ

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
MAYO 2015 calendario de cursos	4	5 8:00 - 12:30 hrs Introducción al mundo del café	6 8:30 - 12:30 hrs Técnicas para preparar un cappuccino italiano	7 8:30 - 12:30 hrs	8
		14:15 - 16:45 hrs Técnicas correctas de preparación de espresso	14:15 - 17:00 hrs Preparación de bebidas a base de espresso	14:15 - 17:00 hrs	14:00 - 16:30 hrs Preparación de café en diferentes métodos
	11 8:30 - 12:30 hrs Arte en latte I	12 9:00 - 12:30 hrs Curso básico de Tueste	13 9:00 - 12:30 hrs Curso básico de Tueste	14 9:00 - 12:30 hrs	15 9:00 - 12:30 hrs Técnicas correctas de preparación de espresso
	14:15 - 16:30 hrs Arte en latte II	14:15 - 16:30 hrs Curso básico de Tueste	14:15 - 16:30 hrs Curso básico de Tueste	14:15 - 16:30 hrs Introducción al mundo del café	14:15 - 16:30 hrs Técnicas para preparar un cappuccino italiano
	18 8:30 - 12:30 hrs Preparación de bebidas a base de espresso	19 8:30 - 12:30 hrs Arte en latte II	20	21 9:00 - 12:30 hrs Curso intermedio de Tueste	22 9:00 - 12:30 hrs Curso intermedio de Tueste
	14:15 - 16:45 hrs Arte en latte I	14:15 - 16:45 hrs		14:15 - 16:30 hrs Curso intermedio de Tueste	14:15 - 16:30 hrs Curso intermedio de Tueste
	25	26 8:00 - 12:30 hrs Introducción al mundo del café	27 8:30 - 12:30 hrs Técnicas para preparar un cappuccino italiano	28 8:30 - 12:30 hrs Arte en latte I	29
	14:15 - 16:45 hrs	14:15 - 16:45 hrs Técnicas correctas de preparación de espresso	14:15 - 16:45 hrs Preparación de bebidas a base de espresso	14:15 - 16:45 hrs Arte en latte II	14:15 - 16:30 hrs Preparación de café en diferentes métodos

Escuela de café
www.anacafe.org

Requisitos

- Completar la boleta de inscripción en el departamento de Mercaderes ubicado en el primer nivel del edificio de Anacafé.
- Entregarla en el área de caja junto con el pago respectivo. (cheques a nombre de Asociación Nacional del Café)
- Entregar el número de factura de la boleta en la recepción del departamento de Mercaderes.

Importante

- Al ingresar al curso debe de mostrar al instructor la constancia de pago, (factura original o copia).
- En caso de no poder asistir, comunicarse vía telefónica o por correo con 72 horas de anticipación para cancelar o reprogramar la participación, la cual se podrá hacer una única vez en las fechas posteriores disponibles. Por derecho a recibirla fuera de la fecha estipulada de reprogramación, se cobrará un sobre el valor total del curso.
- El alumno podrá ceder su lugar a alguien más. Se debe presentar la factura original o copia y una nota extendida donde se explica el cambio.
- No se hace devolución de dinero.
- No se permite el ingreso después de que el curso haya dado inicio.

Anacafé
ASOCIACIÓN NACIONAL DEL CAFÉ

✉ escueladecafe@anacafe.org

☎ 2311-1969 ext 1027

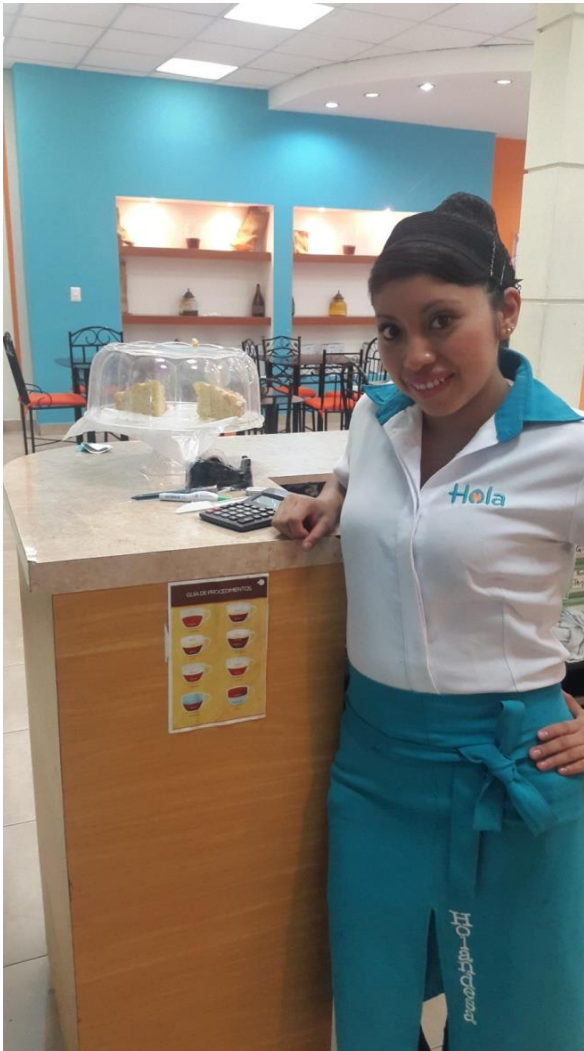
👍 facebook.com/escueladecafe

Calendario Ana Café



Inducción preparación de bebidas en Ana Café Mayo 2015, Jonathan Pérez

MATERIALES ACTUALMENTE EN TIENDAS



Material colocado, 3 agosto de 2015, Café Holandesa